

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Suatu UMKM mempunyai peran utama terhadap lingkup ekonomi masyarakat di Indonesia. Pemerintah menganggap bahwa keberadaan pelaku UMKM hal penting, melalui adanya UMKM bersama dengan koperasi mempunyai lingkup khusus dalam naungan Kementerian Koperasi dan UKM. Fokus utama terhadap para pelaku UMKM merupakan wujud penyanggaan ekonomi rakyat oleh pemerintah. UMKM memiliki kemampuan berupa dampak langsung bagi kehidupan masyarakat sektor bawah.

Pertumbuhan industri Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) di Indonesia beberapa tahun terakhir tumbuh pesat sehingga UMKM menjadi salah satu penggerak perekonomian negara, hal ini diungkapkan oleh Deputy CMO Bilibi Andy Andrian yang mengambil data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa setidaknya sektor UMKM menyumbang 60,3% terhadap PDB Nasional (Republika.co.id, 2020)

Meskipun sektor UMKM sedang tumbuh, masih banyak permasalahan yang terjadi pada pelaku usaha UMKM. Dilansir dari interactive.co.id (2019) terdapat 6 (enam) permasalahan. Keenam permasalahan tersebut adalah:

- a. keluaran produk UMKM kerap kali tidak sesuai terhadap kebutuhan pasar. Pelaku UMKM perlu berinovasi dengan menciptakan produk yang mampu menjawab tantangan serta permasalahan dalam masyarakat,
- b. mengenai kreativitas serta inovasi dari UMKM relatif rendah serta terlalu cepat puas.
- c. Mayoritas para pelaku masih bingung dalam tata kelola serta menemukan investor,
- d. Minimnya koneksi yang dimiliki,
- e. Rendahnya pemanfaatan teknologi seperti pemanfaatan internet sebagai lapak berbisnis online,

f. pengetahuan bisnis pelaku UMKM masih minim. Hal inilah yang menyebabkan konsumen memutuskan untuk tidak membeli produk tersebut, karena keputusan pembelian ini akan menentukan puas tidaknya konsumen. Bagi konsumen yang puas, maka akan terjadi pembelian ulang yang akhirnya membentuk pelanggan yang loyal. Loyalitas konsumen inilah yang menentukan bertahan dan berkembangnya suatu bisnis.



Dari pernyataan di atas tampak bahwa keputusan pembelian ini sangat menentukan keberlanjutan suatu bisnis. Dalam keputusan pembelian ini konsumen akan mengevaluasi berbagai pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan (Kotler & Armstrong, 2014). Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya, salah satunya dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi penetapan produk, penetapan harga, promosi maupun distribusi.

Sebelum melakukan keputusan pembelian para konsumen akan terlebih dahulu melihat kualitas produk yang ada. Produk ini akan diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh pasar sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar yang berkaitan langsung (Tjiptono, 2012).

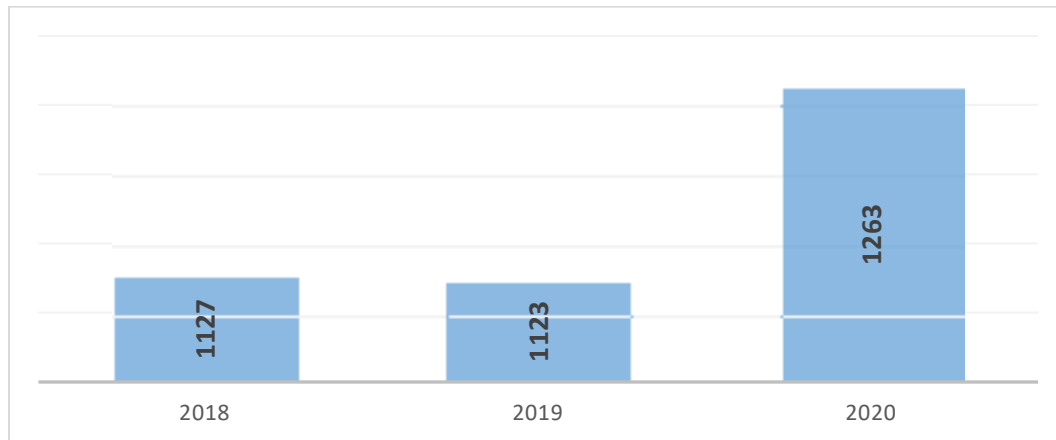
Selain kualitas, salah satu aspek penting dalam menentukan pembelian yaitu harga. Riyono dan Gigih Budiharja (2016) menyatakan bahwa harga merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapat angka income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Harga di satu sisi ditentukan oleh kualitas produk namun di sisi lain juga ditentukan oleh besarnya permintaan pasar. Kualitas produk menggambarkan tentang mutu yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin baik kualitas produk, maka konsumen akan semakin tertarik untuk mengamati produk tersebut dan melakukan pembelian. Konsumen akan menilai apakah harga yang ditawarkan oleh produsen berhubungan dengan kualitas produk atau sebagai bentuk tarik menarik permintaan dan penawaran. (Latifa Rahmawati, 2012)

Salah satu usaha yang sedang tumbuh dan berkembang adalah produk makanan dan minuman. Menurut Anang Sukandar yang dilansir melalui website www.medcom.id bahwasannya suksesnya bisnis kuliner nampak berdasarkan data yakni 60 juta UKM di Indonesia, produk makanan dan minuman sebagai mayoritas kontribusi. Kontribusi lebih dari 60% ataupun \pm 40 juta pekerja UMKM. Hal yang merupakan tanda industri F&B masih sebagai investasi utama.

Terdapat banyak objek wisata yang berada di Kota Karawang dengan ramai kunjungan dari wisatawan mancanegara hingga domestik. Objek wisatanya meliputi museum hingga pariwisata hiburan modern lainnya. Wisatawan yang berkunjung kerap kali memadati wilayah pusat perdagangan *food street* serta kedai minuman, juga pusat oleh-oleh.”

Melalui beragam bisnis di Kota Karawang, salah satu bisnis yang perkembangannya cukup pesat yakni kuliner. Bervariasi bisnis kuliner yang berkembang di Kota Karawang menarik minat para wisatawan untuk mengkonsumsi alternatif dari makanan serta minuman. Di lain sisi, perkembangan usaha bisnis kuliner akan menimbulkan persaingan diantara pebisnis kuliner. Salah satu tanda pesatnya perkembangan bisnis kuliner yang terdapat pada Kota Karawang tercermin melalui beragam tempat makan mulai dari jenis restoran hingga rumah makan.

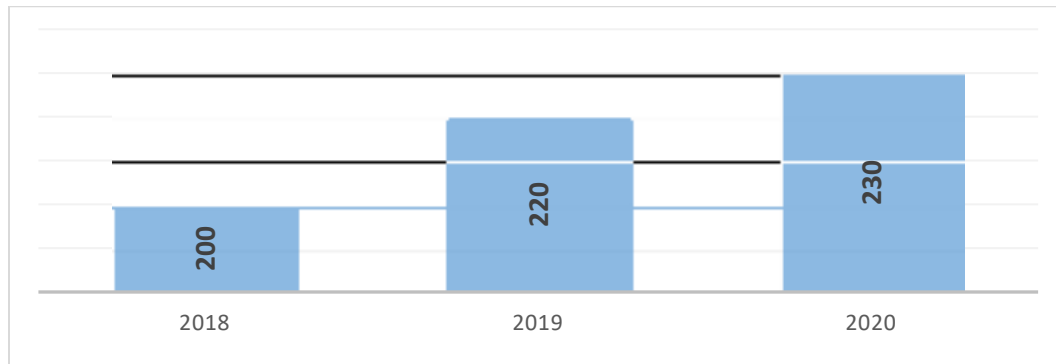


Gambar 1.1
Jumlah Rumah Makan, Restoran, dan Kedai Minuman
 Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang, 2021

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan rumah makan, restoran dan kedai minuman mengalami peningkatan. Kondisi demikian memunculkan adanya perekonomian menuju lebih baik di Karawang dan pada akhirnya membuat persaingan yang sangat ketat antara restoran yang ada.

Telukjambe Timur adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Telukjambe Timur berbatasan dengan kecamatan Karawang Barat dan Karawang Timur di Utara, kecamatan Telukjambe Barat di Barat, kecamatan Klari di Timur, kecamatan Ciampel di Selatan. Pertumbuhan penduduk kecamatan Telukjambe Timur merupakan yang tertinggi di Kabupaten Karawang dalam 10 tahun terakhir, yakni sebesar 5,48%. Sektor industri telah mengubah mata pencaharian utama masyarakat Telukjambe Timur, yang dulunya kebanyakan bekerja sebagai petani sekarang kebanyakan bekerja di pabrik sebagai buruh, selain buruh dan petani banyak juga yang menjadi pegawai negeri, karena kecamatan ini dekat dengan pusat pemerintahan. Cafe yang terdapat di Kota Karawang tidak hanya terfokus pada produk makanan

yang beragam. Banyak pula restoran yang lebih menonjolkan produk minuman sebagai menu andalannya. Banyak juga cafe yang berbentuk kedai atau café dengan menyajikan minuman sebagai produk andalan seperti Tea and Coffee, dan lain sebagainya. Persaingan rumah makan, restoran dan kedai minuman di teluk jambe timur dapat dilihat pada Gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1.2
Perkembangan Rumah Makan, Restoran Dan Kedai Minuman Di Teluk Jambe Timur
Sumber: BPS Kabupaten Karawang, 2021

Berdasarkan Gambar 1.2 menunjukkan bahwa perkembangan Rumah Makan, Restoran Dan Kedai Minuman di Teluk Jambe Timur mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai dengan 2020. Hal ini menandakan bahwa ketatnya persaingan Rumah Makan, Restoran Dan Kedai Minuman Di Teluk Jambe Timur Kabupaten Karawang.

Kedai Green Tea 86 merupakan salah satu kedai penjual minuman yang berdiri sejak tahun 2017. Kedai ini beralamat di Teluk Jambe Timur Karawang tidak jauh dari Asrama Yonif 305 dan banyak akses jalan menuju kedai tersebut.

Kedai Green Tea 86 menyediakan beragam produk minuman serta harga yang sesuai dengan kualitasnya. Tabel 1.1. di bawah ini menunjukkan varian jenis minuman serta harga yang ditawarkan oleh kedai Green Tea 86.

Tabel 1. 1
Daftar Menu Minuman di Kedai Green Tea 86 Teluk Jambe Timur Karawang

No	Keterangan	Harga
1	Green Tea	Rp 10000
2	Taro	Rp 10000
3	Coklat	Rp 10000

4	Thai Tea	Rp 10000
5	Lemon Tea	Rp 10000
6	Kopi Kat	Rp 10000
7	Green Bot	Rp 15000
8	Taro Bot	Rp 15000

Sumber: *UMKM Green Tea 86, 2020*

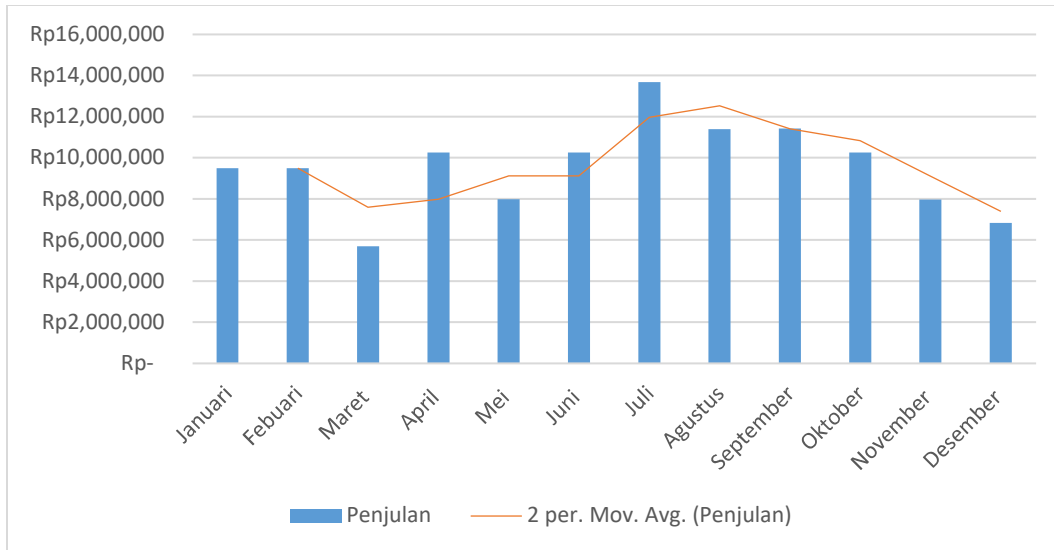
Kedai Green Tea 86 berusaha untuk memberikan kualitas produk yang baik serta dengan harga yang terjangkau. Hal itu yang coba di terapkan oleh pemilik usaha tersebut. Walaupun demikian hasil penjualan minuman belum sesuai dengan target pemilik kedai. Berikut data penjualan tahun 2019.

Tabel 1.2
Penjualan Produk Tahun 2019

Bulan	Greentea Cup	Taro	Coklat	Thaitea	Lemon Tea	Kopi Kat	Greenbot	Tarobot
Januari	676	115	103	33	0	0	13	2
Febuari	676	115	103	33	0	0	13	2
Maret	405	69	62	20	0	0	8	1
April	730	124	111	36	0	0	14	2
Mei	568	97	87	28	0	0	11	2
Juni	700	100	111	36	30	24	14	2
Juli	950	150	148	48	23	16	19	3
Agustus	800	120	124	40	11	18	16	2
September	811	120	113	40	13	18	16	2
Oktober	700	100	111	36	30	24	12	4
November	568	90	87	20	6	7	11	2
Desember	470	83	70	24	16	4	9	1
Total Pembeli	8054	1283	1229	391	129	111	155	26

Sumber: *Kedai Green Tea 86, 2020*

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat 3 produk yang kurang diminati oleh konsumen yaitu terobot dan kopi kat dibuktikan sepanjang tahun 2019 hanya mampu terjual untuk terobot 26 pcs dan terobot 111 pcs.

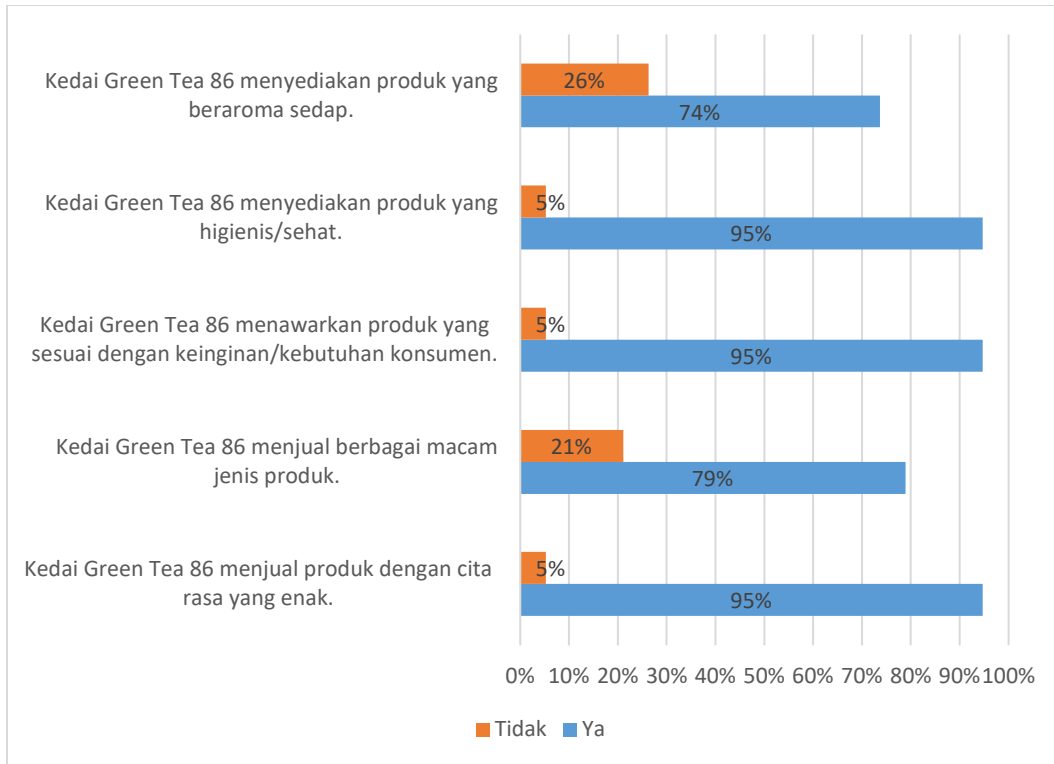


Gambar 1.3
Penjualan Tahun 2019
Sumber: Kedai Green Tea 86, 2020

Gambar 1.3 di atas menunjukkan bahwa jumlah produk yang terjual berfluktuasi pada tahun 2019. Pada kuartal ke-IV yaitu bulan September, Oktober, November, dan Desember penjualan mengalami tren penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Green Tea 86 kurang mampu menjaga stabilitasi pendapatan.

Tabel 1.3 sampai dengan 1.4 di bawah ini merupakan hasil observasi pendahuluan kepada konsumen Kedai Green Tea 86 tentang alasan mereka membeli serta persepsi mereka tentang kualitas produk dan harga minuman di kedai ini.

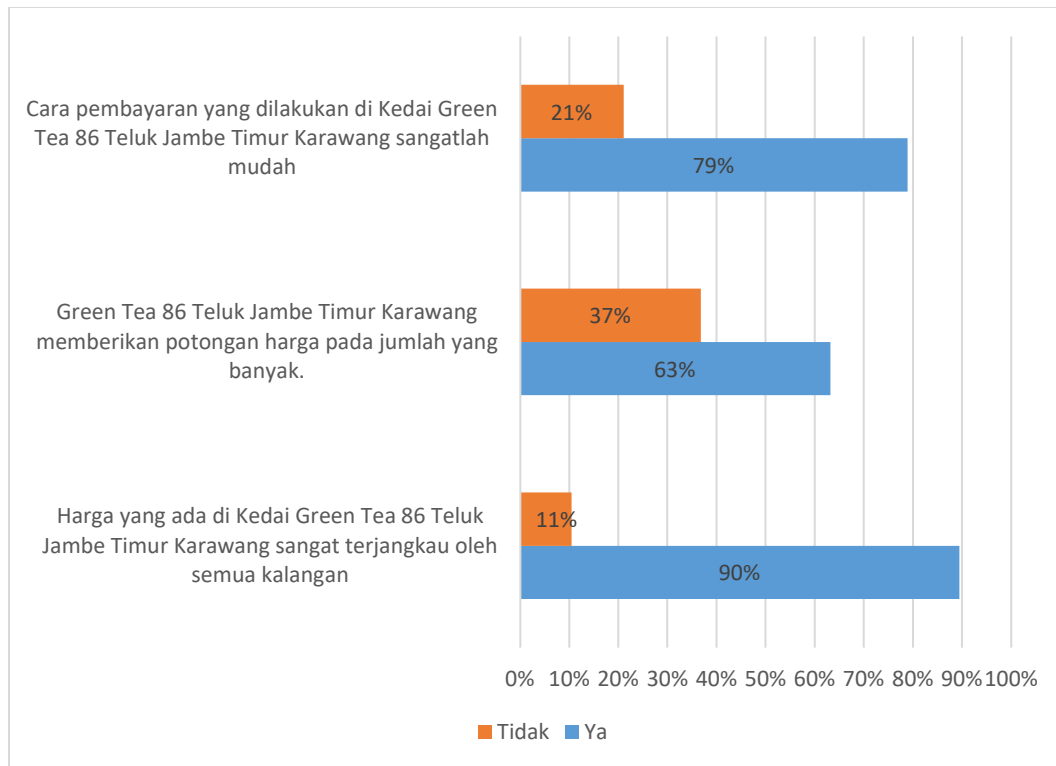
Di bawah ini merupakan hasil studi pendahuluan kualitas produk Kedai Green Tea 86:



Gambar 1.4
Hasil Studi Pendahuluan Kualitas Produk di Kedai Green Tea 86
Sumber: Pra Penelitian, 2020

Berdasarkan Gambar 1.4 di atas tampak bahwa masih terdapat konsumen yang menilai bahwa produk yang disediakan kedai tersebut kurang bervariasi, tidak enak, kurang menarik aromanya, kurang sehat dan kurang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Permasalahan terbesar adalah pada rasa dan aroma.

Selain kualitas produk, observasi pendahuluan juga dilakukan pada harga. Berikut adalah hasil pra survei terhadap 30 responden mengenai harga pada Kedai Green Tea 86 Teluk Jambe Timur Karawang sebagai berikut:



Gambar 1.5
Hasil studi Pendahuluan Harga pada Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur Karawang
Sumber: Pra Penelitian, 2020

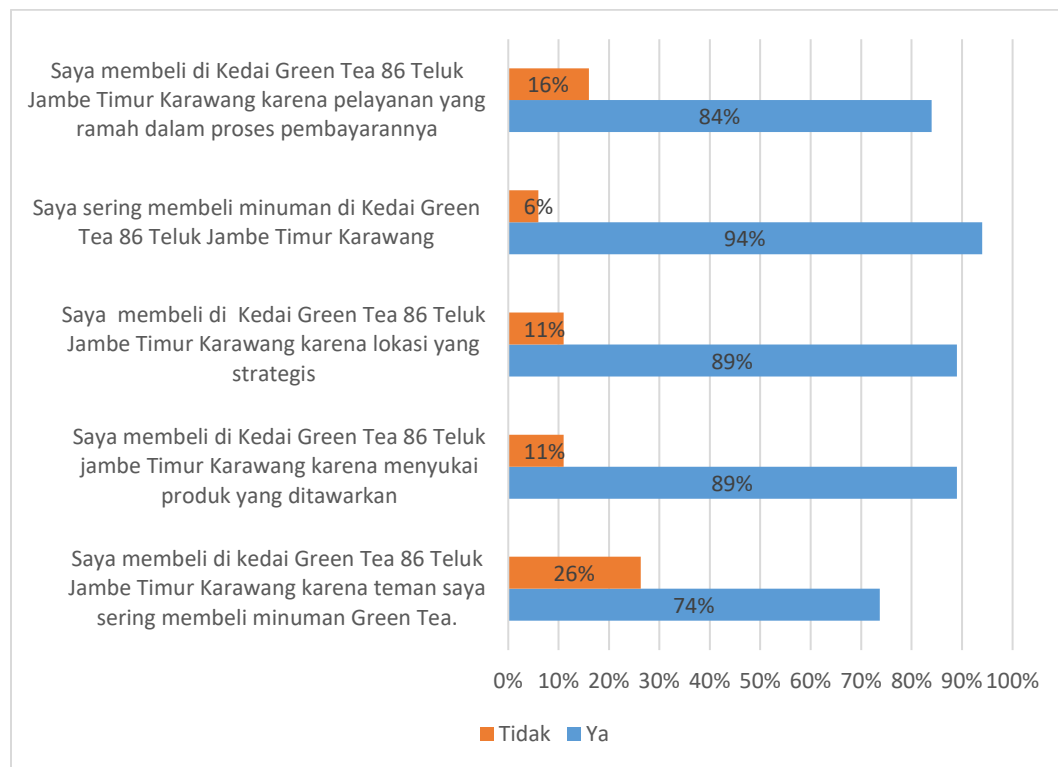
Berdasarkan Gambar 1.5 di atas tampak bahwa masih terdapat permasalahan pada ketiga indikator harga yaitu keterjangkauan, kemudahan pembayaran dan potongan harga bagi pembelian dalam jumlah banyak. Permasalahan terbesar terdapat pada potongan harga, hal ini menunjukkan bahwa Green Tea 86 Teluk Jambe Timur Karawang kurang memberikan perhatian lebih kepada konsumen yang membeli pada jumlah yang banyak.

Harga merupakan salah satu faktor keberhasilan kritis sebuah perusahaan karena harga menentukan berapa banyak keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya dalam bentuk barang atau jasa. Menetapkan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan turun, namun bila harga yang terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang bisa didapat oleh organisasi (Hapzi Ali, et.al, 2017)

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali, Harga bagi perusahaan adalah hal yang perlu dipikirkan, oleh karena itu harga adalah kebijakan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan. Harga juga menjadi

lebih penting karena akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk (Rahmat, 2018).

Berikut adalah hasil pra survei terhadap 30 responden mengenai Keputusan Pembelian pada Kedai Green Tea 86 Teluk Jambe Timur Karawang sebagai berikut:



Gambar 1. 6
Hasil studi Pendahuluan Keputusan Pembelian pada Green Tea 86
Sumber: Pra Penelitian, 2020

Dari Gambar 1.6 di atas tampak bahwa walaupun 94% menyatakan sering membeli minuman di Kedai Green Tea 86 tetapi umumnya bukan direkomendasikan dari orang lain.

Tabel 1. 3
Analisis SWOT Produk Green Tea 86

Strenght	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Varian Rasa • Pelayanan yang ramah 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki tempat produksi • Produk mudah ditiru

<ul style="list-style-type: none"> • Harga terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> • Kenyamanan
Opportunity	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi strategis • Bahan baku mudah didapatkan • Produk familiar dimasyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya pesaing • Harga produk pesaing lebih murah • Musim hujan

Sumber: Green Tea 86 Kabupaten Karawang, 2021

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Green Tea 86 Kabupaten Karawang bahwa produk Green 86 mempunyai kelebihan salah satunya yaitu varian rasa dari produk ini terutama terdapat rasa dan aroma yang khas yang dapat menambah kesegaran pada tubuh manusia. Memiliki kelemahan produk ini adalah produk terlalu mudah ditiru karena bahan baku banyak di jual dipasaran, Penataan tempat yang kurang rapi dan teratur, serta memanfaatkan bahan baku yang dipasok dari luar sehingga tidak diproduksi secara mandiri..

Sedangkan peluang dari produk Green Tea 86 adalah letaknya yang strategi dekat jalan utama antara kedua desa, produk yang sudah dikenal oleh masyarakat, serta bahan baku yang mudah didapat dan tersedia dipasaran. Ancaman dari produk Green Tea 86 adalah banyaknya pesain yang menjual produk sejenis yaitu green tea yang memiliki kualitas produk lebih baik, harga yang lebih murah, dan hambatannya adalah penjualan cenderung menurun jika musim hujan karena Green Tea 86 Karawang hanya menyediakan produk minuman dingin.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan suatu penelitian tentang kualitas produk dan harga kaitannya dengan keputusan pembelian. Adapun penelitian yang akan dilakukan berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Green Tea 86 Teluk Jambe Timur Karawang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka indentifikasi masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut;

1. Terdapat produk yang kurang diminati oleh konsumen

2. Kurangnya Kedai Green Tea 86 menyediakan produk dengan standar rasa yang enak di lidah konsumen.
3. Kedai Green Tea 86 kurang menyediakan produk yang beragam.
4. Green Tea 86 Teluk Jambe Timur Karawang kurang memberikan perhatian lebih seperti memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli pada jumlah yang banyak
5. Kurangnya konsumen Kedai Green Tea 86 untuk mempromosikan produk Kedai Green Tea 86.

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini bisa terarah dan masalahnya tidak terlalu luas serta tidak menyimpang, maka penulis menentukan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada kedai minuman Green Tea 86 yang berlokasi di Teluk Jambe Timur.
2. Dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan pada variabel yang menjadi pokok penelitian, yaitu kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.
3. Responden adalah konsumen kedai minuman Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur.
4. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan verifikatif.
5. Analisis menggunakan Analisis Rentang Skala (ARS) dan Path Analisis dengan bantuan Software SPSS.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe?
2. Bagaimana harga produk minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe?
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di Kedai Green Tea 86 Telukjambe?
4. Bagaimana korelasi antara kualitas produk dengan harga minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe?
5. Bagaimana pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman pada Kedai Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur?

6. Bagaimana pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian minuman pada Kedai Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur?
7. Bagaimana pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian minuman pada Kedai Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan kualitas produk minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan harga produk minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan keputusan pembelian konsumen di Kedai Green Tea 86 Telukjambe.
4. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan korelasi antara kualitas produk dengan arga minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe.
5. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman pada Kedai Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur?
6. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian minuman pada Kedai Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur?
7. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian minuman pada Kedai Green Tea 86 di Teluk Jambe Timur?

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan berguna bagi semua pembaca sebagai tambahan ilmu serta sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti berikutnya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bahan untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya perilaku konsumen.

- b. Sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengetahui masalah yang sama atau terkait dimasa yang akan datang serta sebagai sumber sumbangan pemikiran yang akan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai dasar yang objektif untuk melakukan pengambilan keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan Kedai Green Tea 86 Teluk Jame Timur dimasa yang akan datang.

